

**La différence entre la traduction humaine et la traduction automatique des termes du marketing digital****The difference between human translation and automatic translation of digital marketing terms****Laiche Sonia<sup>1</sup>. Kerma Cherif<sup>2</sup>.**

Filière de Traduction, Département d'Anglais, Faculté des langues étrangères, Laboratoire des études critiques et des grandes figures du Maghreb Arabe « De l'origine au vingtième siècle » (L.E.L.C.S.M), Université de Abou Bekr Belkaid, Tlemcen, (Algérie), [sounia.laiche@univ-tlemcen.dz](mailto:sounia.laiche@univ-tlemcen.dz)<sup>1</sup>

Filière de Traduction, Département d'Anglais, Faculté des langues, Université de Abou Bekr Belkaid, Tlemcen, (Algérie), [cherif.ker13@gmail.com](mailto:cherif.ker13@gmail.com)<sup>2</sup>

**Reçue: 2022-06-25 Accepté: 2023-05-22 Publié :16-06-2023****Résumé :**

La traduction est considérée depuis longtemps l'élément essentiel dans des différentes disciplines et ce qui provoque notre intention c'est " la différence entre la traduction humaine et la traduction automatique des termes du marketing digital". Cette étude vise à démontrer les traits distinctifs entre ces deux traductions et comment peut leur qualité aura un impact sur le développement de ce domaine et l'augmentation des taux d'achats et des profits après la mise en vente du produit en ligne. Afin de traiter ce thème, nous avons entamé des recherches approfondies sur des différentes références et études en adoptant l'approche analytique et comparative. Les résultats obtenus prouvent qu'il existe une différence entre la traduction réalisée par le traducteur et celle réalisée automatiquement et que les termes du marketing digital nécessitent d'être traduits à l'aide des deux traductions sans compter essentiellement sur la dernière, vu ses mauvais résultats.

**Mots clés :** traduction humaine ; traduction automatique ; marketing digital.**Abstract :**

Translation has long been considered as the essential element in different disciplines and what provokes our intention is "the difference between human

## **La différence entre la traduction humaine et la traduction automatique des termes du marketing digital**

translation and automatic translation of digital marketing terms". This study aims to demonstrate the distinctive features between these two translations and how their quality can impact the development of this field and the increase in purchasing rates and profits when the product is put on sale online. In order to deal with this theme, we have undertaken in-depth research on various references and studies by adopting an analytical and comparative approach. The results obtained prove that there is a difference between the translation carried out by the translator and that one carried out automatically and that the digital marketing terms need to be translated using both of them with out relying essentially on the latter given its bad results.

**Keywords:** human translation; automatic translation; digital marketing

**Auteur correspondant: Laiche Sonia, E-mail:** [sounia.laiche@univ-tlemcen.dz](mailto:sounia.laiche@univ-tlemcen.dz)

### **1. Introduction:**

#### **• Côté théorique :**

Du point de vue des récentes actualités que tout le monde est entrain de vivre l'économie a vu des hauts et des bas dans plusieurs domaines, surtout avec la crise sanitaire qui a bouleversé le régime mondial dans presque la majorité des secteurs et les guerres, telle que celle de la Russie contre l'Ukraine qui a affecté non seulement l'économie des deux pays mais également l'économie mondiale, prenons l'exemple des réfugiés ukrainiens dont leur nombre s'aggrave de plus en plus ce qui prouve effectivement que le monde souffre des crises de différentes natures mais qui ont les mêmes effets négatifs sur l'élément économique, néanmoins, en dépit de tous ces mauvaises circonstances la traduction reste toujours indispensable pour l'économie. Vous allez certainement vous vous demander si cette dernière est affectée d'une manière totale ou partielle ?

La réponse à cette question est comme suit : chaque crise, quoi que ce soit sa nature a ses bienfaits et ses méfaits, parmi lesquels le marketing digital ou le e-marketing qui s'est largement développé suite à la quarantaine imposée par les Etats et les fermetures des magasins, les habitudes des consommateurs sont évolués, ils n'ont pas pu passer cette

période sans rien acheter ou faire du shopping ils ont opté donc pour les achats en ligne qui ont multiplié par conséquent les profits de ce genre de commerce et créé des milliers de postes de travail pour les ingénieurs en informatique et les spécialistes en télémarketing et d'autres..., et vu que la traduction est étroitement liée aux plusieurs différents domaines, parmi lesquels le domaine économique, nous pouvons constater que le marketing digital est également lié à la traduction car il fait partie de l'économie et qui dit qu'il y'a un lien entre la traduction et le domaine économique dit qu'il y'a la traduction économique elle-même ce qui justifie par la suite les contributions de la traduction dans la réussite de chaque étape dans ce domaine car peut importe la nature des projets commerciaux, les transactions, les collaborations internationales, les investissements, les sociétés étrangères et ainsi de suite, la traduction est considérée comme la pierre de fondation de leur réalisation parce qu'ils ne pourront jamais être réussis sans recourir à la traduction vu sa large contribution dont sa qualité peut augmenter ou diminuer le taux des profits et les investissements et même les collaborations entre les grandes entreprises internationales. Et comme notre sujet d'étude porte sur les termes économiques entre la traduction humaine et la traduction automatique, nous avons le droit de remettre en cause la différence entre ces deux types de traduction et afin de bien l'illustrer on va travailler sur des termes du marketing digital, quelle est donc la différence entre la traduction des termes du jargon économique et plus particulièrement du e-marketing entre la traduction réalisée par le traducteur et la traduction réalisée par des logiciels ou des applications ? c'est-à-dire la différence entre la traduction humaine et automatique.

Dans le but de répondre à la problématique de notre sujet nous supposons que, la différence entre la traduction humaine et automatique peut être remarquable au niveau du fond et/ou la forme, elle peut avoir un impact positif ou négatif sur la qualité du produit traductif final obtenu qui gère la commercialisation des produits mis en vente dans les marchés locaux ou même internationaux et le taux des profits et les investissements, elle peut être la traduction humaine caractérisée par son exactitude plus que l'autre car la qualité de la traduction se détermine par l'exactitude et le bon choix des équivalents, comme elle peut la traduction automatique être supérieure à la première vu ses avantages offerts aux utilisateurs qu'ils préfèrent recourir à elle grâce à sa rapidité.

## **La différence entre la traduction humaine et la traduction automatique des termes du marketing digital**

Afin de traiter notre thème, et d'après ce qui a été évoqué précédemment nous avons adopté l'approche analytique et comparative, de plus, nous avons entamé des recherches approfondies sur des différentes études et références pour que nous puissions obtenir des résultats scientifiques fiables qui peuvent aider tous les chercheurs de la spécialité ou en dehors d'elle, en fournissant des informations exactes, et c'est pour cette raison que nous avons divisé notre étude en deux parties, la première partie est réservée aux éléments et concepts théoriques cependant, la deuxième partie est réservée à la pratique par l'illustration des exemples les plus pertinents.

### **2. La traduction générale et la traduction spécialisée :**

#### **2.1 La traduction :**

Qu'entendons-nous par traduction ?

Dans l'objectif de répondre à cette question nous devons appeler l'attention sur quelques mots clés tels que : texte source, traducteur, message, texte cible et récepteur. La traduction est considérée comme l'élément principal de toutes les différentes disciplines scientifiques et l'une des tâches les plus difficiles qui exige à celui qui l'a exerce un niveau linguistique élevé, c'est-à-dire la connaissance d'au moins de deux langues et du sujet en la matière dans l'objectif de mieux comprendre le contexte et d'obtenir un produit traductif final correct et fluide.

Toute traduction est donc, un acte communicatif complexe qui implique à la fois un processus cognitif et linguistique : il faut 'interpréter pour traduire' (Selescovitch Danica, 2001), mais si nous voulons la définir d'une manière plus simple nous allons dire que, la traduction est la science qui consiste à transporter un message écrit dans la langue de départ à un message écrit dans la langue d'arrivée tout en suivant un processus mental basé sur les compétences linguistiques et les connaissances sur le thème traité commençant par la lecture passant par la compréhension et enfin la reformulation, tout en gardant le plus fidèlement possible le sens du message original tel que le confirme Jean-René Ladmiral en disant que : « la traduction est un cas particulier de convergence linguistique : au sens

plus large, elle désigne toute forme de ‘médiation linguistique’, permettant de transmettre de l’information entre locuteurs de langues différentes, c’est-à-dire, c’est la traduction faite par un être humain spécialiste en la matière tout en utilisant des méthodes et techniques qui aident à entamer l’opération traductive d’une langue source vers une langue cible. La traduction fait passer un message d’une langue de départ (LD) ou langue source dans une langue d’arrivée (LA) ou langue cible » (Ladmiral, 1994). Et d’après ce qui a été évoqué à propos de la traduction nous concluons que la traduction est le faite de transmettre un message qui est considéré comme un code linguistique écrit dans la langue source vers un autre message/code linguistique dans la langue cible tout en veillant à préserver le sens et le style, c’est-à-dire le fond et la forme à la fois. Nous allons maintenant aborder de plus près la distinction entre la traduction générale et la traduction spécialisée, car nous voyons qu’il ne suffit pas d’aborder la notion de traduction d’une manière générale sans passer à ces deux éléments clés.

### **2.2La traduction générale :**

La traduction générale est la traduction des textes généraux basée essentiellement sur l’utilisation des mots qui tendent à être polysémiques contrairement aux termes qui se caractérisent par la monosémie, c’est tout simplement la traduction des textes destinés à toute personne non-spécialiste qui aborde un sujet d’un contenu général. Il est à noter que, la différence entre la traduction générale et la traduction spécialisée est basée sur la nature de la langue elle-même, c’est-à-dire si elle est spécialisée ou non et si nous voulons relier cela à la langue économique, nous allons conclure que la traduction économique est la traduction d’une des langues spécialisées, ce qui exprime qu’elle est bien loin d’être générale parce qu’elle est en harmonie avec tous les critères de la première, de plus, elle a sa propre terminologie et ses propres difficultés dues à sa spécificité appartient à la traduction économique.

### **2.3La traduction spécialisée :**

## **La différence entre la traduction humaine et la traduction automatique des termes du marketing digital**

La traduction spécialisée est la traduction des textes spécialisés qui se caractérisent par un degré accru de terminologie et que seul les spécialistes en la matière qui la comprennent parce qu'ils partagent les mêmes intérêts qui touchent beaucoup plus l'entourage professionnel, en transmettant toujours ses connaissances spécialisées basées sur la clarté, la précision et la concision. Elle est donc, la traduction des textes spécialisés à caractère scientifique ou technique ou même professionnel qui ont une fonction référentielle dans un domaine spécifique destinés à une communauté restreinte tout en utilisant une terminologie propre au domaine du texte, sachant que, la terminologie est définie par l'ISO comme l'étude scientifique des notions et des termes en usage dans les langues de spécialités (Roche, 2016). Et vu que notre étude est basée essentiellement sur la traduction de la langue économique et ses difficultés et plus particulièrement sur la traduction des termes du e-marketing, nous allons nous focaliser alors sur les détails les plus pertinents qui vont nous aider à obtenir des résultats scientifiques fiables en faisant la différence entre la traduction humaine et automatique, quelle est donc la différence entre ces deux traductions ? et comment peuvent-elles avoir un impact sur la qualité du produit traductif final ?

Et afin de répondre à cette question nous devons déterminer l'essence de chaque élément à part entière pour que nous puissions les distinguer, commençons par :

### **3. La traduction entre l'être humain et la machine :**

#### **3.1 Le traducteur :**

Le traducteur est un professionnel du langage qui retranscrit des textes ou conversations de la langue source vers la langue cible avec un double objectif d'exactitude et de fluidité, il transpose un texte écrit en respectant le fond et la forme du texte original. Il interprète dans le sens où, plus qu'il ne traduit mot à mot, parce qu'il restitue l'essentiel d'un discours avec la même intensité (guide-métier). Le traducteur étant donné par définition

d'une manière plus concise, un lecteur, penseur et auteur au même temps, c'est un lecteur parce qu'il lit et relit ce qu'on lui donne non pas parce qu'il a envie de lire mais parce qu'il le doit. Il est peut-être le seul travailleur intellectuel à lire autant et à lire des choses aussi différentes, compte tenu de ses domaines de spécialisation, il lit donc, mais pas comme n'importe quel lecteur, il s'intéresse au fond c'est-à-dire à ce que le texte veut dire plus que la forme. Il est appelé donc à lire pour traduire.

Le traducteur est un penseur parce qu'il mobilise dans son travail sa matière grise et mène sa réflexion en même temps que sa lecture afin de (Cormier, 2012), faciliter le cheminement de sa compréhension et un auteur parce qu'il fait la reproduction du message du texte source dans un autre code linguistique, il est donc comme le signale Salah Bouregbi dans son article : « the translator is in need of some strategies and choices, besides the cultural and linguistic backgrounds » (Bouregbi, 2019).

### **3.2 La traduction humaine :**

Etant par définition, la traduction humaine, est la traduction réalisée par le traducteur humain, qui maîtrise parfaitement la combinaison des langues et qui est familiarisé avec le processus traductif grâce à sa précédente formation académique et son expérience prise au fur et à mesure de la pratique, (ALPHATRAD FRANCE Optilingua INTERNATIONAL, 2021) avant qu'elle soit réalisée par un traducteur natif qui traduit de ou vers sa langue maternelle, ce qui explique sa parfaite maîtrise et ses compétences linguistiques qui lui permettent de bien interpréter le texte source et de prendre en considération le contexte car souvent les traducteurs sont des locuteurs natifs, de plus, il peut avoir une idée sur les éléments culturels propres à chaque pays et il peut même faire recours aux spécialistes quand il se trouve bloqué ou entravé par un terme spécialisé dans le but d'éviter toutes sortes d'ambiguïté et d'obtenir une traduction de bonne qualité.

Quant à la traduction automatique, elle se diffère d'une manière totale de la traduction humaine car dans cette dernière le traducteur est toujours l'intermédiaire entre les différents codes linguistiques et culturels, qu'est-ce que la traduction automatique ?

## **La différence entre la traduction humaine et la traduction automatique des termes du marketing digital**

### **3.3 La traduction automatique :**

La traduction automatique est tout simplement la traduction réalisée sans l'intervention de l'être humain, c'est une traduction effectuée par un ordinateur, et surtout avec la mondialisation et le développement technologique et à l'ère de la digitalisation la traduction a pris alors une autre voie qui a donné naissance à ce qu'on appelle la traduction automatique, cette dernière elle pourra être effectuée en ligne dont tout le monde a l'accès de l'utiliser avec ses différents outils, elle est caractérisée par sa vitesse et sa gratuité vu qu'elle n'est pas réalisée par un traducteur humain qui demande de retour sa rémunération, elle donne la possibilité au grand public de faire leurs traductions en quelques secondes et sans aucun paiement, ils peuvent même traduire des textes volumineux en plusieurs langues dans un temps très court mais plus particulièrement lorsqu'il s'agit des textes à utilisation personnelle, c'est-à-dire les textes qui ne vont être pas partagés avec les autres elle sera donc la meilleure solution pour ce service. La traduction automatique, existe depuis les années 1950, quand elle a été créée par les Américains pour se tenir au courant des intentions des Russes, elle est basée sur un système de statistiques qui analyse les données de chaque couple de langues, en prenant des textes qui semblent être équivalents dans les deux langues, puis en extraient le vocabulaire qui correspond en langue source et en langue cible et les réutiliser lors de la traduction (Salaun, 2015).

Nous concluons de ce qui précède que, la différence entre la traduction réalisée par le traducteur et la traduction automatique est vraiment vaste car chacune a ses propres techniques, caractéristiques et méthodes, autrement dit, elles se diffèrent au niveau du fonctionnement, qualité et prix. Et comme nous le savons tous que n'importe quelle démarche comparative, exige la comparaison entre les avantages et les inconvénients de chaque élément, et vu que nous avons listé les avantages les plus essentiels des deux traductions nous devons également parler de leurs inconvénients tels

que : La traduction humaine est une traduction qui exige un certain effort tout dépend de la longueur du texte où les traducteurs se sentent fatigués lors de cette opération car ils passent des heures et des heures et parfois des années pour avoir le résultat le plus fiable, or la traduction automatique elle tend à être une traduction littérale car elle n'a pas le fonctionnement mental et naturel de l'être humain qui prend en considération le contexte du texte à traduire et le public ciblé.

Il est vrai que la traduction automatique répond aux besoins d'une communauté scientifique ou publique donnée mais ses résultats ne se caractérisent pas par leurs exactitudes telle que la traduction humaine, elles sont moins cohérentes parce qu'elle ne prend pas en compte les règles grammaticales et syntaxiques et manque de la précision et de la spécialisation qui peuvent diminuer de la confiance des clients et même nuire à la notoriété des entreprises et des documents officiels des partenaires commerciaux par exemple, elle est donc incapable de substituer le traducteur humain car elle ne peut pas reproduire les effets de style et certains mécanismes de la langue vu ses imparfaites traductions produites par les systèmes et les outils technologiques.

#### **4. La traduction économique :**

##### **4.1 Les domaines de la traduction :**

Il est vrai que, la traduction est une science basée beaucoup plus sur l'aspect linguistique, mais cela n'exprime pas qu'elle se limite uniquement à cet aspect, elle est plutôt liée à tous les domaines scientifiques et techniques, tels que : le domaine médical, informatique, touristique, juridique, économique, littéraire, technique et journalistique...etc. Et puisque la traduction est toujours considérée comme l'élément essentiel qui a pour but de mettre en avant ces domaines, elle consacre pour chaque domaine d'eux sa propre traduction qui se diffère seulement par sa terminologie ce qui justifie l'existence de la traduction économique qui englobe également plusieurs sous-domaines. Et afin d'arriver à ce que notre étude porte sur et d'entrer vraiment dans le vif de sujet nous devons nous intéresser également à l'économie.

##### **4.2 L'économie :**

## **La différence entre la traduction humaine et la traduction automatique des termes du marketing digital**

L'économie étant par définition selon la conférence de l'Université de Tours, est une science humaine qui s'intéresse à l'homme, mais à un certain aspect de l'homme, l'homme étant qu'il a des comportements humains, rationnels et efficaces (Chassagnon, 2013). L'économie est la science qui étudie comment des ressources rares sont employées pour la satisfaction des besoins des hommes vivant en société ; elle s'intéresse, d'une part, aux opérations essentielles que sont la production, la distribution et la consommation de ces biens, d'autre part, aux institutions et aux activités ayant pour objet de faciliter ces opérations (Mallinvaud, 2005).

De plus, c'est le domaine de spécialité le plus dominé depuis un siècle par les États-Unis inhérent à la vie dans notre société moderne ; Toujours au cœur de notre quotidien et à l'actualité, l'économie demeure paradoxalement, tout comme le droit, la politique, la médecine, un domaine ultra-spécialisé et difficilement compréhensible au plus grand nombre. Et avant d'entamer les domaines de l'économie, il faut signaler que nous avons deux types de texte, le 1<sup>er</sup> qui est écrit en langue générale en utilisant des mots que tout le monde puisse les comprendre et le 2<sup>ème</sup> type qui est écrit en langue spécialisée en utilisant des termes purement spécialisés et qu'une seule communauté langagière restreinte peut les comprendre tel que le domaine technique, médical, juridique, publicitaire... etc. Ce qui exprime que le texte économique est un texte spécialisé (Sonia Laiche, 2022).

### **4.2.1 Les domaines de l'économie :**

À côté des différentes définitions de l'économie nous voulons l'entourer de tous ses côtés, en abordant ses sous-domaines dont nous allons nous intéresser à l'un d'eux dans notre étude, et vu l'existence de ce domaine au cœur du fonctionnement de tous les volets de la vie, il englobe alors :

La finance, la comptabilité, le commerce, les ressources humaines, l'assurance, la fiscalité, le marketing digital, la macroéconomie, le microéconomie, la statistique, l'administration des affaires, l'économie industrielle ... etc.

### **4.3 La langue économique :**

Le traducteur et la langue économique, quelle relation ?

Pour que nous puissions déterminer la nature de la relation entre le traducteur et langue économique, il nous semble opportun d'introduire brièvement le concept de la langue économique vu qu'on a déjà abordé le traducteur dans les précédentes notions, et à l'aide de ce passage nous allons pouvoir cerner la nature de relation entre la traduction, la langue économique et le traducteur. La langue économique est donc la langue des écrits traitant des sujets de l'économie, c'est une langue spécialisée telle que la langue juridique, médicale, technique... etc. Elle se trouve beaucoup plus dans les magazines et les journaux car elle joue un grand rôle dans la presse écrite aussi bien dans le domaine de l'information pour les entreprises et le commerce national et l'international qu'au niveau de la vulgarisation, de la présentation des faits économiques au grand public et les documents officiels, notamment, les rapports annuels des entreprises et des établissements de crédit, les rapports des sociétés de notation, les études économiques, les rapports et communiqués des différentes banques centrales, les documents émis par les banques d'affaires, etc.

Elle se caractérise par sa propre terminologie qui l'a distingué des autres domaines parce qu'elle utilise des explications financières et boursières hautement techniques, voire scientifiques ainsi que des informations pratiques pour les consommateurs (Irmtraud Behr, 2018), elle se caractérise également par son évolution est par ailleurs génératrice de nombreux néologismes surtout à l'ère de la mondialisation et l'apparition des nouveaux termes dont presque tout le monde s'est orienté vers des recherches purement historiques pour s'en informer. La langue de l'économie, quant à elle, retient beaucoup de mots issus de la langue commune et soumis à une redéfinition sémantique: signification restreinte (spécialisation sémantique), glissement de sens ou sens nouveau (néosémie); employés dans un contexte spécialisé, ces mots activent des configurations conceptuelles propres au domaine en question (Rollo, 2016).

## **La différence entre la traduction humaine et la traduction automatique des termes du marketing digital**

C'est à partir de ce constat que nous avons arrivé à définir la relation entre le traducteur et la langue économique, suite à la multiplication des échanges nationaux et internationaux, le fonctionnement de la bourse, le développement des nouvelles technologies, le jeu de la loi et de la demande, à grande échelle, les besoins de la traduction économique ont augmenté exponentiellement depuis la seconde moitié du <sup>XXe</sup> siècle. Elle est considérée comme un lien entre tous les pays dans le mouvement des échanges commerciaux, ce qui justifie par la suite la renaissance de leur aspect économique et dans ce contexte, les traducteurs sont devenus alors, de plus en plus indispensables au monde de l'économie (Sonia Laiche, 2022), c'est-à-dire, ils sont en contact direct avec la langue économique.

Le traducteur et la langue économique sont étroitement liés nous ne pouvons s'engager dans aucun plan d'affaires sans recourir au traducteur spécialisé en économie, c'est-à-dire au traducteur professionnel dans l'objectif de répondre aux besoins du marché et à la croissance des taux d'investissements internationaux.

### **4.4 Les étapes de la traduction économique :**

Il paraît évident que chaque opération a ses propres étapes, cela soit également le cas pour la traduction économique qui se diffère de la traduction générale par sa langue spécialisée, la terminologie et la stylistique du document en sujet, elle passe par trois étapes :

#### **4.4.1 Premièrement : lecture et compréhension :**

Dans le but de traduire un texte économique de la langue source vers la langue cible, le traducteur doit tout d'abord lire ce qu'on lui donne d'une manière très attentive pour qu'il puisse le décrypter et le comprendre et de garantir la bonne reproduction du message dans la langue cible, comme le confirme Danica Selescovitch en disant que: le but est de «retrouver le vouloir dire de l'auteur» (Selescovitch Danica, 2001). La compréhension des textes économiques demande au traducteur d'être pleinement conscient des éléments linguistiques qu'il doit les acquérir pendant sa formation,

c'est-à-dire avant de s'engager dans sa profession et les éléments extralinguistiques qui viennent par la recherche documentaire par exemple, afin d'obtenir des informations et des explications qui l'aident à mieux comprendre le sujet et avoir une traduction de bonne qualité.

#### **4.4.2 Deuxièmement : le transfert :**

Dans cette étape, nous trouvons que le traducteur a formé déjà une idée sur le texte source et plus particulièrement a trouvé le sens exacte du message et essayé de trouver les équivalents des termes et expressions du message de départ dans la langue d'arrivée et comme le cite aussi Isabelle Perrin dans son livre, «Didactic of English»: comment traduire? dit que: «to translate first of all is to understand» «traduire avant tout, c'est comprendre».

#### **4.4.3 Troisièmement : la réécriture :**

Et comme nous le savons tous que le traducteur est un avant tout un rédacteur. En 1980, Jean Delisle écrivait en exergue de son désormais célèbre manuel d'enseignement de la traduction : « la traduction est l'art de la réexpression fondée sur des techniques de rédaction » (Cormier, 2012). Après avoir lu et compris l'intégralité du texte, le traducteur écrit et reproduit le message de la langue source dans la langue cible. Et sur la base de toutes les informations ci-dessus, nous concluons que la traduction économique nécessite un traducteur qui a eu une excellente formation pour qu'il ait la capacité de bien décortiquer le texte source avec toute sa spécificité terminologique et le rend dans la langue cible.

#### **4.5 Les difficultés de la traduction économique :**

La compréhension est considérée comme l'étape la plus indispensable dans le processus de traduction de n'importe quel domaine, et plus particulièrement lorsqu'il s'agit de la traduction économique où la langue de l'économie est dotée d'un esprit exceptionnel basé sur la combinaison de la terminologie purement spécialisée et la polysémie qui constitue une difficulté au traducteur des textes économiques et financiers et rend la

## **La différence entre la traduction humaine et la traduction automatique des termes du marketing digital**

lecture très délicate, et par conséquent, il ne pourra jamais, le traducteur, nous garantir la bonne réécriture du texte source en langue cible si il n'a pas arrivé à comprendre le texte de départ. Mais parfois nous trouvons que les difficultés de la traduction des textes économiques et financiers ne résident pas uniquement en les particularités de cette langue spécialisée, mais plutôt dans le niveau du traducteur lui-même et ses pauvres connaissances linguistiques et extralinguistiques qui l'entravent à donner une traduction fluide.

Il est très important de signaler que la plupart des nouveaux traducteurs débutants pensent que la traduction des textes économiques, commerciaux ou financiers posent des problèmes dues à leur terminologie, et qu'une simple recherche des équivalents dans des ressources spécialisées peut les soulever, mais malheureusement la terminologie du jargon économique n'est pas le seul défi, il y'a d'autres qui peuvent entraver le travail du traducteur tels que :

### **4.5.1 Les anglicismes et les néologismes :**

Les textes économiques et financiers regorgent de termes directement empruntés à l'anglais désormais entrés dans l'usage. Un exemple, dans la partie suivante serait « SIC (Standard Industrial Classification)», car ce genre de norme est universelle et donc en anglais afin d'être comprise de tous. Il faut en fait sans doute chercher un peu plus loin pour comprendre cet état de fait. Tout d'abord, il faut avoir conscience du rythme souvent frénétique avec lequel l'économie évolue, et qui explique en grande partie le pragmatisme dont ses acteurs font preuve lorsqu'il s'agit de communiquer (Luis, 2010, p. 12). Quant aux néologismes, suite à l'actualité qui s'impose à générer de nouveaux termes, mots et de nouvelles expressions, le néologisme occupe une place primordiale dans les textes économiques et financiers (Sonia Laiche, 2022).

### **4.5.2 Les cooccurrences et les collocations :**

Comme toute langue spécialisée, la langue économique et financière est faite de collocations et de cooccurrences et les expressions figées et imagées où leur connaissance est indispensable pour le traducteur, qui ne pourra, s'il maîtrise mal ces manifestations linguistiques, produire un texte fluide et crédible dans la langue d'arrivée (Frédéric, 2001).

#### **4.5.3 Les formules idiomatiques :**

Les formules idiomatiques constituent l'élément fondamental de la langue de l'économie elle exige au traducteur une profonde connaissance linguistique, stylistique et même cognitive afin de bien décoder leur sens et de trouver des équivalents qui répondront aux besoins des expressions imagées car la spécificité des textes économiques réside au foisonnement des toute sortes d'expressions imagées.

#### **4.5.4 Les métaphores :**

Parmi les particularités des textes économiques c'est l'utilisation des expressions métaphoriques qui rendent ce genre de textes difficile à traduire et génèrent un environnement de défi lors de leur traduction, passant en premier lieu par le défi de leur compréhension et en deuxième lieu par la recherche de leurs équivalents dans le but de transmettre le message dans la langue d'arrivée avec les mêmes effets. À cela, nous rajoutons ce que a Bernhard Lorenz, dans son article intitulé ' Des métaphores dans le langage financier ou du paysage boursier balayé par les vents dit ' que : « pour traduire une métaphore, plusieurs choix se présentent alors au traducteur : ( la reprise à l'identique, la substitution, la paraphrase et la compensation)(Bernhard, 2008).

#### **4.5.5 Les acronymes et les abréviations :**

Les abréviations et les acronymes sont bien souvent un vrai calvaire pour les traducteurs. Outre le temps de recherche nécessaire à leur compréhension, il est parfois bien difficile de savoir de quelle manière ils doivent être traités lors du processus de traduction (Leplumey, 2013). Et plus particulièrement lorsqu'il s'agit de la traduction économique où les abréviations et les acronymes marquent leur présence d'une manière

## **La différence entre la traduction humaine et la traduction automatique des termes du marketing digital**

étonnante et qui nécessitent une recherche approfondie afin de donner une traduction de qualité tout en évitant de tomber dans l'ambiguïté.

### **4.5.6 La polysémie :**

Le traducteur économique et financier, tout comme ses collègues évoluant dans d'autres domaines, est souvent confrontés à des problèmes de polysémie (Frédéric, 2001). Parce qu'à l'origine, certains termes du lexique courant ont pris un sens spécialisé, dérivé d'une signification ayant un lien avec le monde socio-économique. Cette relation apparaît associée aux opérations professionnelles reliant les personnes ainsi qu'à leur positionnement socioprofessionnel au sein d'un processus de communication spécialisée, que le discours commercial induit. À ces emprunts au lexique courant, complétés souvent par des apports étrangers, s'ajoutent des créations des termes spécialisés qui ont vocation à enrichir le lexique général (Mangiante, 2002).

### **4.5.7 Les métonymies :**

La métonymie est également largement utilisée, représentant une arme précieuse dans l'arsenal syntaxique du traducteur de textes économiques et financiers, principalement dans le but d'éviter trop de répétitions » (Frédéric, 2001). Et ce qui nous intéresse le plus, c'est le marketing digital, qu'est-ce que le marketing digital et comment les termes de ce jargon sont traduits entre la traduction humaine et la traduction automatique ?

#### **• Côté pratique :**

### **5. Le marketing digital :**

Afin de définir le marketing digital nous remarquons tout d'abord que c'est un terme qui se compose de deux unités linguistiques jointes ensemble, la première est du marketing et la deuxième est celle du digital, ce qui exprime que nous ne pouvons pas donner une définition au marketing digital sans avoir une idée sur les deux unités, commençons alors par marketing :

**5.1 Marketing :** ensemble des techniques qui ont pour objet la stratégie commerciale et notamment l'étude de marché.

**5.2 Digital : Adj (lintern@ute)**

Sens 1 : Digital qualifie ce qui se rapporte aux doigts, qui appartient ou qui est relatif aux doigts.

Exemple : dans toutes les enquêtes criminelles pour cambriolage ou pour meurtre, il y a un relevé d'empreintes digitales.

Sens 2 : Numérique

Comme le montre l'explication des deux unités linguistiques qui ne partagent aucun trait similaire, et en dépit de cette divergence, la combinaison entre elles donne naissance à un terme très exceptionnel dans le monde économique, qui se définit par :

**Le marketing digital** (Bour, 2017) :

Le marketing digital est la désignation de toutes les techniques marketing utilisées sur des supports et canaux digitaux pour promouvoir des produits et des services, contrairement au marketing traditionnel met le client au cœur de sa stratégie. Le marketing digital procède de deux évolutions : les applications marketing liées aux nouvelles technologies de l'information et la communication, il a même ses sous différentes formes telles que : l'email marketing, le référencement naturel, les liens commerciaux au sein du marketing digital, la publicité en ligne, l'affiliation, le content marketing, le marketing social, le marketing mobile au sein du marketing digital, le marketing via les réseaux sociaux, le SMS marketing... etc.

Le marketing digital peut avoir des appellations différentes mais elles ont toutes le même sens telles que ; le E-marketing, le marketing numérique, le webmarketing..., et il peut être défini selon Philip Kotler, professeur de stratégie marketing et de marketing international à la Kollogg School of Management de l'Université Northwestern de Chicago comme suit : « À la fois l'activité, l'ensemble des institutions et des processus visant à créer, communiquer, délivrer et échanger les offres qui ont de la valeur pour les clients, les consommateurs, les partenaires et la société au sens large » (Essique).

**6. Applications sur la traduction des termes du marketing digital entre la traduction humaine et automatique :**

## **La différence entre la traduction humaine et la traduction automatique des termes du marketing digital**

Au nombre des notions utiles pour l'identification des éléments conceptuels saillants, nous arrivons maintenant au vif de notre étude qui s'intéresse à la traduction des termes du marketing digital entre la traduction réalisée par le traducteur et la traduction automatique tout en donnant des exemples qui vont nous aider à illustrer les traits de distinction entre ces deux genres de traduction et choisir la plus adéquate entre elles, prenons donc:

- **The call to action**(ang) : **L'appel à l'action**(fr).
- **The ad** (ang) :**la publicité**(fr).
- **The user person**(ang) : **Le persona**(fr).
- **The marketing stunt**(ang) : **Le coup marketing**(fr).
- **The best seller**(ang) : **Le top des ventes**(fr).

D'après les termes ci-dessus nous remarquons que la langue de départ est l'anglais et la langue d'arrivée est le français ce qui justifie la trace de l'anglicisme que personne ne peut l'ignorer, et vu que notre étude porte sur la différence entre la traduction humaine et automatique, nous allons faire la traduction automatique des exemples cités pour qu'on puisse faire la distinction entre elles, commençons par:

Nous avons ici le terme de la langue source "**the user person**" qui se traduit par "**le persona**" par un traducteur, cependant, avec la traduction automatique sera : "**la personne utilisatrice**" qui n'a rien avoir avec le contexte du marketing digital parce qu'il a plusieurs sens et notre contexte est monosémique, il nous faudra donc compter sur le traducteur que de la traduction automatique parce que le terme **persona** désigne uniquement la personne qui fait partie du domaine de la programmation et qui utilise un logiciel de développement. Nous avons également le terme "**the advertisement**" qui se traduit par "**la publicité**" mais quand on l'a essayé par Google Translation on a obtenu la traduction suivante : "**une annonce**" qui exprime les messages verbaux ou écrits et non pas les ads du

marketing digital. La traduction du terme "**the best seller**" réalisée par un traducteur donne "**la meilleure vente**" ou "**le top des ventes**" mais si on opte pour la traduction automatique ça nous donne le résultat suivant : "**le meilleur vendeur**", qui n'appartient pas à notre contexte du digital marketing.

- **The content writor**(ang) :**Le rédacteur web**(fr).
- **The Search Engine Optimization (SEO)**(ang) : **Le référencement naturel**(fr).
- **The sponsored ad**(ang) : **L'annonce sponsorisée**(fr).

Quant aux termes précédents, nous avons le terme "**The content writer**" qui se traduit par "**Le rédacteur web**" mais si on fait appel à la traduction automatique nous allons obtenir "**le rédacteur du contenu**", il est vrai qu'elle est une traduction correcte linguistiquement mais extralinguistiquement elle est loin d'être correcte car c'est une traduction littérale mais elle ne convient pas à notre contexte, le traducteur ici a trouvé la meilleure traduction par rapport à celle de l'automatique. Et comme nous l'avons mentionné dans les premiers termes que la traduction la plus adéquate du terme "**advertisement**" dans le jargon du marketing digital est "**la publicité**", ce qui justifie la mauvaise traduction réalisée automatiquement du terme "**the sponsored ad**", dans la traduction réalisée par le traducteur nous avons obtenu "**la publicité sponsorisée**" et par rapport à celle réalisée d'une manière automatique ça nous a donné "**l'annonce sponsorisée**".

- **The marketing analyst**(ang) :**L'analyste marketing** (fr).
- **The marketing director**(ang) :**Le directeur marketing**(fr).
- **The marketing manager** (ang) : **Le responsable marketing** (fr).
- **The product manager**(ang) : **Le chef de produit**(fr).
- **The brand manager**(ang) : **Le chef de marque**(fr).
- **The sales manager**(ang) : **Le directeur de ventes**(fr).**The public relations officer (PRO)** (ang) : **Le chargé de relations publiques** (fr).

## **La différence entre la traduction humaine et la traduction automatique des termes du marketing digital**

Nous avons dans ces termes l'acronyme "**PRO**" qui désigne en anglais : (the public relations officer) et qui se traduit soit par le "**PRO**" soit par le "**chargé de relations publiques**", mais on préfère la traduction humaine car ici le traducteur a opté pour la traduction explicative qui nous a facilité la compréhension. Sinon par rapport aux autres métiers cités dans les exemples nous n'avons remarqué aucune erreur de traduction parce que nous allons obtenir le même produit final vu la numérotation des données de traduction qui aident le traducteur humain à effectuer son travail traductif dans un peu de temps.

Passons aux verbes du marketing digital les plus pertinents dont leur traduction est vraiment difficile, commençons alors par le verbe "**to market**" qui se traduit par "**commercialiser**", mais malheureusement la traduction automatique le traduit comme suit : "**au marché**", et là, on voit carrément la grande distinction entre la traduction réalisée par le traducteur et la traduction automatique. Nous avons également le verbe "**to recall**" qui se traduit par "**retirer de la vente**", mais si on le traduit à l'aide de la traduction automatique nous allons trouver que la traduction proposée est : "**rappeler**", ce qui justifie le mauvais choix qui n'a rien avoir avec ce que le marketing digital en veut.

- **To market** (ang) : **Commercialiser**(fr).
- **To analyze** (ang) : **Analyser**(fr).
- **To advertise**(ang) : **Faire de la publicité**(fr).
- **To slash prices**(ang) : **Casser les prix**(fr).
- **To hand out**(ang) : **Distribuer**(fr).
- **To recall** (ang) : **Retirer de la vente**(fr).
- **To launch** (ang) : **Lancer**(fr).

### **7. Conclusion :**

À l'issue de notre étude, nous constatons que la traduction économique est un domaine nécessitant une large connaissance au niveau linguistique et extralinguistique et même l'utilisation des outils de traduction qui ont un

impact sur le résultat final, en aidant le traducteur à s'engager dans un travail traductif de plusieurs pages dans un court délai mais cela ne veut pas exprimer que le travail du traducteur économique compte essentiellement sur la traduction automatique parce qu'elle ne constitue pas l'élément fondateur de la démarche traductive vu ses inconvénients cités dans notre étude. Et au terme de ce qui a été évoqué, nous nous voyons tentés de mettre en valeur la différence entre les traits de la traduction humaine et la traduction automatique en traduisant les termes du domaine économique et plus particulièrement le domaine du marketing digital à l'aide de la présentation des termes de l'anglais traduits vers le français par un traducteur et nous avons essayé de les traduire encore une fois au moyen d'un outils de la traduction automatique qui est ' Google Traduction ' et de les analyser afin de déterminer les nuances issues de cette traduction et de répondre à notre problématique posée au début de notre article.

Nous concluons donc que, la traduction économique est un domaine très large et le traitement de tous ses aspects nécessitent une recherche bien trop approfondie mais par rapport à la traduction des termes du marketing digital entre la traduction réalisée par le traducteur et la traduction automatique nous avons constaté que malgré le développement et l'évolution d'outils d'aide à la traduction, le traducteur reste depuis longtemps la pierre angulaire de la traduction grâce à son intelligence et formation académique ou universitaire et son expérience, quant à la traduction automatique, bien qu'elle aide les utilisateurs à effectuer leurs traductions en un clin d'œil et gratuitement, mais reste toujours un outil automatique qui ne fonctionne pas comme le système neurolinguistique humain.

## **المراجع**

ALPHATRAD FRANCE Optilingua INTERNATIONAL. (2021, Avril 02). *ALPHATRAD FRANCE* . Consulté le Mai 04, 2022, sur ALPHATRAD FRANCE Optilingua INTERNATIONAL: <https://www.google.com/amp/s/www.alphatrad.fr/actualites/traduction-humaine-vs-traduction-automatique-quelles-differences%3famp>  
Bernhard, L. (2008, Juin). Des métaphores dans le langage financier ou du paysage boursier balayé par les vents. *Traduire* , pp. 14-36.

## La différence entre la traduction humaine et la traduction automatique des termes du marketing digital

- Bour, L. (2017, Juin 14). *JCM LE JOURNAL DU CM*. Consulté le Mai 15, 2022, sur [https://www.journalducmm.com/dictionnaire-marketing/marketing\\_digital/](https://www.journalducmm.com/dictionnaire-marketing/marketing_digital/)
- Chassagnon, A. (2013, Septembre). *ECO LI*. Consulté le Mai 2022, sur Paris School for Economics: [www.parisschoolofeconomics.eu/docs/chassagon-arnold/](http://www.parisschoolofeconomics.eu/docs/chassagon-arnold/)
- (2012). . Dans G. L. Cormier, *Profession Traduction* (pp. 25-34). Montréal: Presses de l'Université de Montréal.
- Essique, H. (s.d.). Qu'est-ce que le Marketing et quelles sont ses différentes techniques ?
- Frédéric, H. (2001, April). Problématique de la traduction économique et financière. *Translation journal, Banking & Finance* , p. 22.
- guide-métier. (s.d.). *guide-métier*. Consulté le Mai 01, 2022, sur guide-métier: <https://www.guide-metiers.ma/metier/traducteur/>
- (2018). Dans D. H. Irmtraud Behr, *Langue, économie, entreprise le travail des mots* (pp. 117,145). : Presses Sorbonne Nouvelle .
- Ladmiral, J.-R. (1994). *Traduire : théorèmes pour la traduction* . Paris: Gallimard.
- Leplumey, R. (2013, Mars 19). *Veille CFTTR Traduction. Rédaction. Localisation*. Consulté le Mars 30, 2022, sur Veille CFTTR: <https://sites-formation.univ-rennes2.fr/lea-cfttr/veille/2013/03/19/la-traduction-des-acronymes-et-des-abreviations/>
- lintern@ute. (s.d.). Consulté le Avril 18, 2022, sur lintern@ute: <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/digital>
- Luis, A. (2010). *Mémoire de Traduction Economique L'Entreprise*. Alicante: Université d'Alicante.
- Mallinvaud, E. (2005). *Leçons de théorie microéconomique*. DUNOD.
- Mangiante, J.-M. (2002). Place et rôle du lexique spécialisé dans les discours de français commercial et économique. *Cahiers de l'APLIUT* .
- Pergnier, M. (1993). *Les fondements sociolinguistiques de la traduction*. Lille: Presses Universitaires de Lille .
- Roche, J. (2016). Le tournant ontologique de la terminologie. France.

**Laiche Sonia, Cherif Kerma**

Rollo, A. (2016). APPROCHE COGNITIVE DE LA TRADUCTION ECONOMIQUE : REFLEXIONS THEORIQUES ET RETOMBEE PRATIQUES. *MonTI. Monografias bde Traduccion e Interpretacion* , p. 74.

Salaun, N. (2015, Décembre 18). *Veille CFTTR*. Consulté le Mai 01, 2022, sur Veille CFTTR Traduction, Rédaction, Localisation: <https://sites-formation.univ-rennes2.fr/lea-cfttr/veille/2015/12/18/traduction-humaine-et-traduction-automatique/>

Selescovitch Danica, M. L. (2001). *Interpréter pour traduire*. 4 édition revue et corrigée (1ère éd. 1984: Paris : Didier Edition.

Sonia Laiche, D. C. (2022, Mai 05). Le rôle des contributions de la traduction dans le domaine économique. *Revue des lettres et des langues* , p. 365.